

LEADER 2023-2027
GAL Auvergne-Rhône-Alpes Tarentaise Arlysère Maurienne
FICHE PROJET

RENOUVELLEMENT DU CIRCUIT DE VISITE

Réf. objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Stratégique</u> : Créer, révéler et promouvoir des offres touristiques toute l'année • <u>Opérationnel</u> : Conforter et développer l'agritourisme ;
----------------	---

Date rédaction doc	01/11/2024	Planning prévisionnel projet	01/12/2024 au 01/12/2025
--------------------	------------	------------------------------	--------------------------

Porteur de projet (statut)	SCA Coopérative laitière Haute-Maurienne Vanoise (public ou privé)		
<input type="checkbox"/> Tarentaise	<input type="checkbox"/> Arlysère	<input checked="" type="checkbox"/> Maurienne	
<input type="checkbox"/> Dimension communale	<input checked="" type="checkbox"/> Plusieurs communes	<input checked="" type="checkbox"/> SCoT	<input type="checkbox"/> Echelle GAL

DESCRIPTIF DU PROJET

Contexte
 Créée en 1954, la Coopérative de Lanslebourg fusionne entre 1966 et 2008 avec les coopératives des autres villages pour former l'unité agricole représentée par la Coopérative Laitière de Haute-Maurienne Vanoise (= 40 agriculteurs, cahier des charges AOP, 2 productions : BEAUFORT + BLEU DE BONNEVAL/ ARC – signature unique)

Dans le cadre de sa stratégie de communication et de valorisation du patrimoine local (*savoirs, savoir-faire, métiers, initiatives de développement durable, ...*), la Coopérative réfléchit depuis 2022 à renforcer son travail de médiation, de sensibilisation, sa qualité (et son volume) d'accueil, l'expérience visiteur afin d'être davantage :

- accessible, inclusive et attractive
- à tous ; à l'année ;
- avec ou sans guide,
- sur l'ensemble du territoire Haute Maurienne Vanoise.

Actuellement :

- 1 circuit de visite à Val Cenis Lanslebourg
- soit **8 500** visiteurs/an, de tous âges (**43%** d'individuels et familles, **57%** de groupes)
- 2€/pers (gratuit – 5ans)

La visite se déroule comme suit :

- 1 : **Film** « Un Territoire, Des Hommes, Une Coop » (17min)
- 2 : Partie vitrée surplombant l'**Atelier** de transformation du lait en fromage Beaufort AOP
- 3 : **Dégustation**
- 4 : **Caves** d'affinage

Limites actuelles

- Supports vieillissants, denses et uniquement en Français
- Sur plusieurs bâtiments et niveaux / Accessibilité limitée
- Capacité d'accueil limitée : Sur fréquentation (jours de pluie par ex) / Refus de « groupes » / difficulté de répondre à la demande au niveau RH, personnel de vente du magasin sursollicité
- Parcours en autonomie peu vivant : + ou – vivant selon l'heure de visite (fromagers et cavistes en action seulement le matin)
- Perte de visiteurs locaux : groupes scolaires du territoire HNV absents depuis 5 ans
- Essoufflement de la clientèle fidèle

Objectifs du projet

Culturel : Médiation / Valorisation / Sensibilisation/ Éducation

Social : Transmission/ Préservation des ressources/ Lien social

Économique : Valoriser l'aspect circuit court / Emplois/ Retombées économiques

Action prévue (voir photos en annexe)

Renouvellement du **circuit de visite** existant sur le Beaufort, à Lanslebourg

- Améliorer
 - l'expérience visiteur : expérientiel, ludique, sensoriel
 - l'accueil des groupes et individuel avec (ou sans) guide
 - l'accueil des PMR (label Tourisme et Handicap)
- Faciliter le parcours (accès/flux/ contenus en plusieurs langues...)
- Créer une scénographie extérieure (signalétique + 4 points d'intérêt) sur le segment du parcours de visite qui relie les 2 bâtiments (Atelier / Caves)

Développer une série de **Podcast** (arrimée à la stratégie de communication & de rayonnement)

Inaugurer le circuit en rassemblant les locaux, fiers d'un patrimoine multi générationnel

Cibles à conquérir ou renforcer :

INTERNATIONAL :

- Anglophones / Italophones (frontaliers)
- Professionnels et journalistes invités en séjour de formation sur le territoire
- Itinérants

LOCAL :

- Personnel de l'économie locale : Coop, office du tourisme, socio pros... (permanents & saisonniers) prescripteurs de nos valeurs et bonnes pratiques
 - Ménages aux revenus modestes
 - Les habitants de la vallée à l'année (population urbaine limitrophe, groupes scolaires, aînés, nouveaux arrivants...) qui ne nous connaissent pas si bien que ça en fin de compte et avec qui nous souhaitons vraiment recréer du lien, notamment en basse saison.
- + Personnes en situation de handicap

Résultats attendus (« nous aurons réussi si »)

Si le circuit peut accueillir de façon + **optimale** et + **pédagogique** davantage de personnes : tant sur la **quantité** que sur la **diversification** et le **lien** à *créer ou recréer* avec certains types de publics.

Si les visiteurs ressortent du circuit avec une **fierté du territoire** et du **patrimoine** partagé, une meilleure compréhension de la **chaîne de métiers** qui façonnent le fromage, une prise de **conscience**, du **bon sens**.

REPONSES AUX CRITERES D'ÉVALUATION

Prise en compte de la transition énergétique et écologique

- C'est inscrit dans l'ADN de la Coop
 - Cahier des charges respectueux et le plus strict de toutes les AOP françaises
 - Inscrite dans les différents projets de la Coop : photovoltaïque, méthanisation, investissements en production pour optimiser les ressources en eau et énergie
- La thématique s'inscrit dans le circuit de visite et des sujets traités dans les podcasts
 - Médiation/ sensibilisation sur le sujet
 - Filière éco-responsable/ rigueur des critères AOP en Beaufort
 - Résilience & adaptation des agriculteurs face aux changements climatiques
 - Initiatives actuelles de la coop :
 - méthanisation du lactosérum
 - panneaux solaires
 - rouler « vert » (pour les camions de collecte du lait)
 - réduction plastiques à usage unique (sous vide/ râpé)
 - affichage « ZEROWASTE France »
 - EAU : réglages pour économies / recyclage circuit de refroidissement
 - Volonté de choisir
 - des équipements durable, locaux, ... ne pas tout miser sur des équipements énergivores (cohérence avec nos valeurs)
 - des prestataires engagés dans la réduction de leur empreinte carbone
 - Valoriser les produits du terroir, en circuit court, consommer local

Valeur ajoutée par rapport à l'existant

Plus de contenu racontant & valorisant :

- . L'histoire du Bleu de Bonneval-sur-Arc, à Lanslebourg
- . Les 8 fromages « AOP IGP » et le réseau de la Route des Fromages de Savoie
- . Les initiatives éco-responsables des agriculteurs, de la Coop, etc.

Plus de sensibilisation au consommer local/ circuits courts

Une expérience supplémentaire avec les podcasts qui apporteront une imprégnation des expériences vécues sur le territoire, en tout temps, en tout lieu

Avec les podcasts :

- . Des animations de **médiation** culturelle « **hors les murs** » facilitées
- . Rayonnement à l'échelle **macro**, permettant **d'élargir la clientèle** (notamment : **jeunes** et population de **proximité**, ou même les **saisonniers** qui viennent sur le territoire travailler et qui ne font pas du « tourisme »)

Concertation, expertise partagée, approche partenariale

Membres de la Coop (co-construction avec les sociétaires), CCHMV, Office du Tourisme, GIDA – Agriculture en Maurienne, SPM Syndicat du Pays de Maurienne, AFTAIP – Réseau des Fromages de Savoie AOP IGP, communes, ESF : pack ski & culture, FACIM, Parc National de la Vanoise, SEM Val Cenis, Réseau des Musées de Savoie...

* Collaborations locales pour la mise en ligne stratégique du podcast : l'intelligence de se concerter avec les structures locales (CCHMV, SEM, OTI...) et de former des partenariats pour que les podcasts de la Coop soient regroupés en ligne sous un canal/ plateforme de diffusion collective pour assurer la **visibilité** du contenu culturel.

Innovation

- **Pas d'autre** offre culturelle de ce type sur le territoire, forte demande d'agrotourisme
- Expérience visiteur améliorée, **expérientielle, ludique, sensorielle, multilingue...** moderne tout en veillant à être pérenne *et pas seulement tendance !!*

- Le **podcast** : à date sur le territoire Val Cenis n'a que 3 contes pour enfants sur Spotify. Le podcast pÔp (du passé au présent) de la CCHMV est à l'état de maquette et nous réfléchissons à travailler en partenariat
- **Stratégie de communication qui sensibilise à la réduction des déchets, la consommation locale, la préservation des ressources, le bien-être animal, la valeur de la référence AOP...**

Suivi-évaluation envisagés

- Embauche/ désignation d'une employée leader du projet
- Collaboration avec le GIDA pour l'ingénierie de gestion de projet
- Etablissement d'un comité de sélection / comité technique
- Soutien, accompagnement des institutions/ partenariats locaux

Indicateurs de résultats

Fréquentation du circuit par les **scolaires** de **HMV**/ Rhône-Alpes/ France/ étranger

Nombre de **vues** - fiche APIDAE/ OTI

Feedback visiteurs : **livre d'or, questionnaire** (impressions), **avis Google...**

Nombre d'articles de **presse** (régionale/ nationale/ internationale)

Statistiques du podcast (rapport socio-géo-démographique / diversification de la clientèle),

Indicateurs d'impacts

Ventes en magasin de la coop – renforcer l'économie locale

Fréquentation des magasins de la coop **par les habitants** à l'année/ renouer du lien

Visibilité des **postes à pourvoir**/ Inscriptions en **stage**/ Susciter des **vocations**

Effet levier de la subvention

Le renouvellement du circuit de visite ne pourra être enclenché sous réserve de l'obtention de financements étant donné que la Coopérative porte actuellement plusieurs projets essentiels et coûteux, dans un contexte où la prudence financière est de mise.

ASPECTS FINANCIERS

Type de dépenses

Investissement

Fonctionnement

Investissement & fonctionnement

Montant total prévisionnel (€ HT) : 120 000 €

Montant de dépenses éligibles présentées (€ HT) : 120 000 €

Travaux de rénovation murs et sols : 24 000 €

Avant-projet : 28 800 €

Réalisation et installation des modules de médiations : 61 200 €

Réalisation des podcasts : 6 000 €

Plan de financement prévisionnel (€ HT)

FEADER (LEADER)	Cofinancement Région AURA et Département sollicité	Autofinancement	TOTAL
33 %	47 %	20 %	100 %
40 000 €	56 000 €	24 000 €	120 000 €

Version avant comité de programmation

CIRCUIT DE VISITE

En date du 1er Décembre 2024

36 rue de l'arc 73 480 Lanslebourg VAL CENIS



Vers la salle vidéo



Salle vidéo



Arrivée 1^{er} étage



Atelier vitré 1^{er} étage – affichettes en français (A3-fait maison) – fabrication du Beaufort



Espace Dégustation / Ateliers (1^{er} étage)



Caves d'affinage – vitré + affichettes en français (A4- fait maison) = bâtiment #2

CE QUE NOUS SOUHAITONS

INSPIRATIONS SCÉNOGRAPHIQUES

SENSORIEL – LUDIQUE – EXPÉRIENTIEL

